



Российский
научный
фонд

ВЫБОР ЖИЗНЕННЫХ СТРАТЕГИЙ ТАЛАНЛИВОЙ МОЛОДЕЖЬЮ И ЕЕ РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ КАК ОТВЕТ НА ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ «УТЕЧКИ МОЗГОВ»

Результаты исследования 2021-2023 гг.



ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО

Закончился проект, который длился три года. Время его реализации было горячим во всех смыслах. Менялась жизнь, менялись мы, с новыми вызовами столкнулись и наши информанты, принявшие участие в исследовании. Практически все сотрудники ЦМИ побывали в полевых экспедициях, окунулись в жизнь выбранных городов. Мы не только собирали качественные и количественные полевые данные, вели дневниковые записи наблюдений, снимали кино. Мы по сути проникались самым духом молодежной жизни, интеллектуальным и эмоциональным настроем города, наполняясь воздухом, природой, заводами, реками и морями, становясь на какой-то период своими, местными. И этот профессиональный и жизненный опыт не менее важен, чем результаты проекта, представленные в этом буклете.

Молодежь шести городов СЗФО России продолжает жить яркой и насыщенной жизнью. Преодолевая барьеры, молодые стремятся к самореализации и успеху - в образовании, на рынке труда, в личной биографии, по-разному понимая горизонты своего будущего и будущего страны. В каждом из городов проекта мы обнаружили уникальные кейсы, в рамках которых юноши и девушки креативно осваивают город, создают новые пространства досуга, общения и развития. Город и регион для большинства - это близкое и важное место жизни, глубокая связь с которым через семью, университет, дружеские сети, инициативы и сообщества во многом определяет смысл их жизни и направленность выбранного пути. Желаем всем участникам исследования ярких свершений и открытий.



**Команда Центра
молодежных исследований**

ПРОЕКТ

«Выбор жизненных стратегий талантливой молодежи и ее роль в повышении конкурентоспособности российских регионов как ответ на глобальные вызовы «утечки мозгов» (Проект РФФ № 21-18-00122)

КОМАНДА



Елена Омельченко
Руководитель



Ирина Лисовская
Исследователь



Евгения Кузнер
Исследователь



Дмитрий Омельченко
Исследователь,
режиссер



Анастасия Андреева
Исследователь



Яна Крупец
Исследователь



Наталья Чернышёва
Исследователь



Юлия Епанова
Менеджер



Надежда Нартова
Исследователь



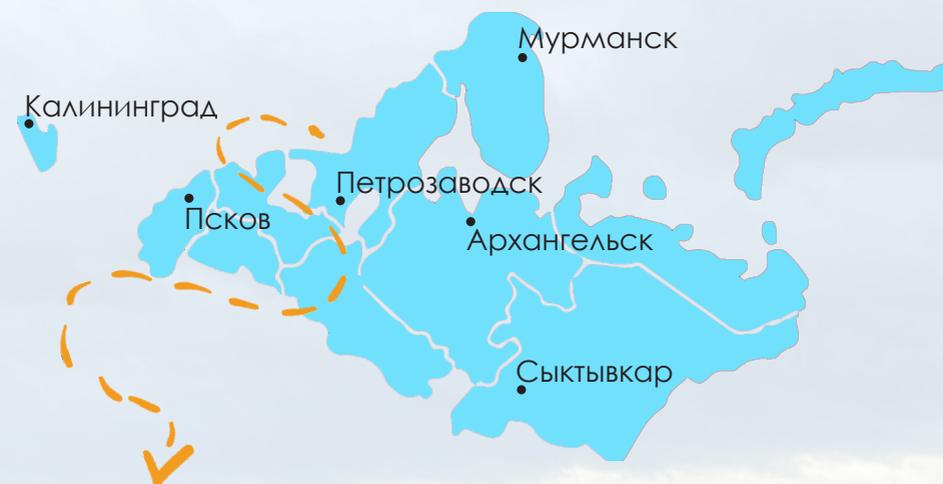
Дарья Петрунина
Исследователь

Также в проекте участвовали:
Ольга Бакуменко, Марина Махотаева,
Святослав Поляков

МЕТОДОЛОГИЯ

- ♦ Количественный опрос российских и иностранных студентов региональных вузов СЗФО
- ♦ Качественные биографические интервью с российскими и иностранными студентами и выпускниками вузов СЗФО
- ♦ Кейс-стади успешных примеров вовлечения молодежи в культурную и экономическую жизнь региона
- ♦ Экспертные интервью с работодателями, представителями органов власти, диаспор, сотрудниками вузов

ЛОКАЦИИ



КЕЙСЫ



	Креативные пространства	Гастрономия	Наука	Культура, творчество, искусство	Спортивные мероприятия
Архангельск	V	V		V	
Калининград		V	V	V	
Мурманск	V			VVV	
Петрозаводск	V			V	V
Псков	V	V		V	
Сыктывкар	V			VV	

ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Пол

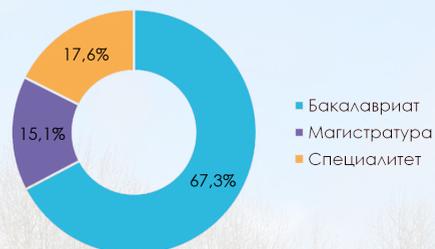
Мужской - 38,4%

Женский - 61,6%

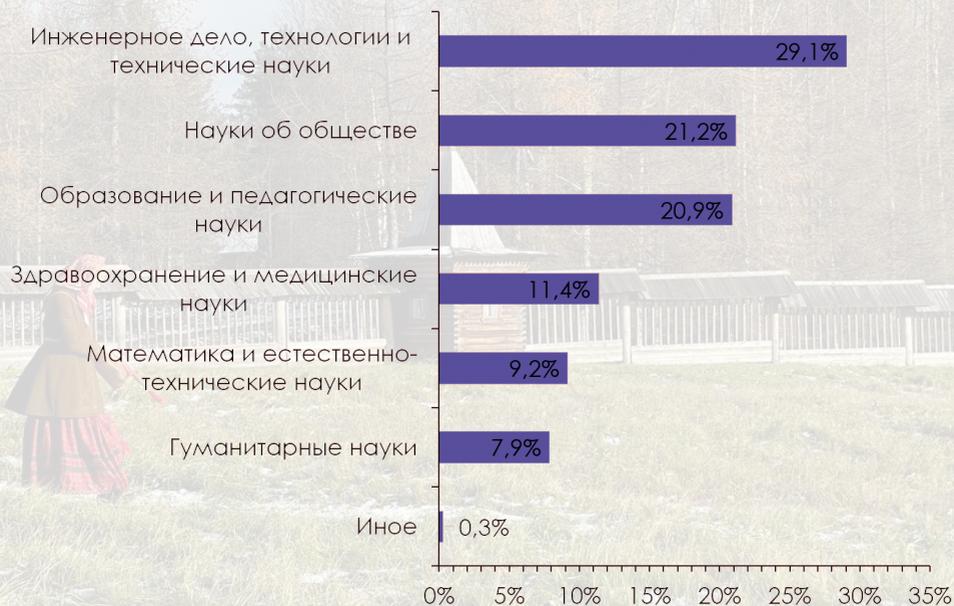
Средний возраст

22,3 года

Уровень образования



Направление обучения



Место жительства до поступления в вуз

Города исследования - 52,1%

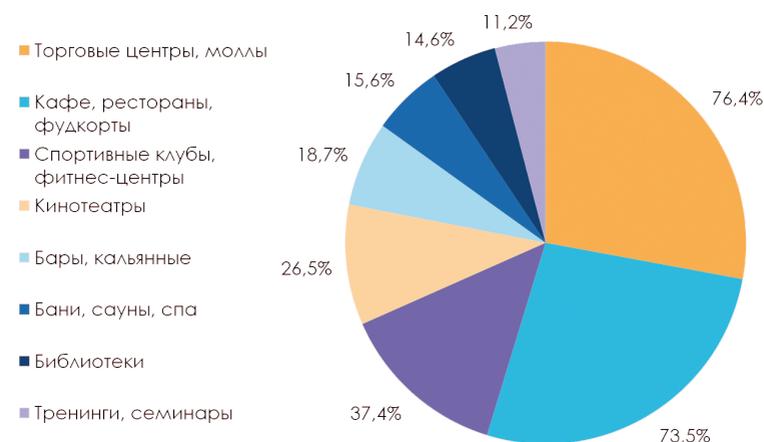
Блилежащие населенные пункты - 24,5%

Другие регионы - 15,9%

Другие страны - 7,5%

Куда ходят молодые люди?

(несколько раз в месяц)

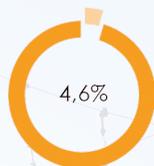


Какие хобби популярны среди молодежи?

Хобби	Всего	Калининград	Псков	Петрозаводск	Сыктывкар	Архангельск
Спорт	40,5%	41,2%	33,9%	43,2%	41,9%	42%
Просмотр интернет-контента	32,8%	32,6%	33,7%	35,7%	28%	33,7%
Гейминг	27,1%	33,6%	24,5%	29,3%	18,8%	29%
Кулинария	23,6%	22,5%	26,3%	25,1%	23,3%	20,6%
Рисование	23%	22,5%	22,2%	23,9%	22,5%	23,6%
Путешествия	22,3%	22,2%	22,2%	24,6%	20,2%	21,9%
Настольные игры	20%	25,5%	18,1%	22,3%	17%	17%
Изучение языков	19,8%	26,8%	16,6%	24,6%	14,7%	16%
Посещение выставок и театров	18,3%	18,4%	16,1%	19,7%	16,2%	20,6%
Просмотр курсов и лекций	17,6%	19,2%	16,8%	22,1%	14,4%	15,2%
Аниме, косплей, реконструкция	16,7%	21%	17,6%	13,4%	14,7%	16,5%

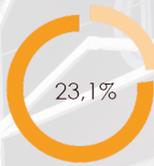
МИГРАЦИОННЫЕ ПЛАНЫ

Планируют вернуться в свой город/страну



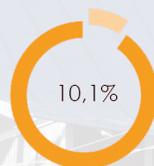
- Петрозаводск: 6,2%
- Архангельск: 5,2%
- Сыктывкар: 5%
- Псков: 4,2%
- Калининград: 2,2%

Планируют переехать в другой регион



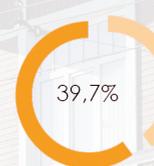
- Архангельск: 30,8%
- Псков: 26%
- Сыктывкар: 25%
- Петрозаводск: 21%
- Калининград: 12,6%

Планируют переехать в другую страну



- Калининград: 14,6%
- Петрозаводск: 14%
- Архангельск: 8,6%
- Псков: 8%
- Сыктывкар: 5,2%

Планируют остаться в городе обучения



- Калининград: 52,6%
- Сыктывкар: 42,8%
- Петрозаводск: 35,2%
- Архангельск: 34,8%
- Псков: 33,2%

Представления о будущем молодежи в 2021 году включало в себя планы мобильности в географически близкие страны: обучение, путешествия, работа. Горизонты будущего в 2022 году сузились, планирование затрудняется рациональным осмыслением перспектив своей жизни и жизни общества.

«Да, конечно, хотелось бы и поработать в других странах... Но сейчас я чувствую, это мне вообще не светит ни в каком из гипотетических вариантов этой вселенной» (Архангельск, 31, м, 2022).

При этом сложности с перемещениями в определенном смысле способствуют повышению значимости местного, регионального, что отражается как в уже существующих молодежных проектах, так и в создании новых.

«Нам было важно еще подчеркнуть, что мы вообще-то очень любим Сыктывкар всей командой, и мы хотим, чтобы люди сюда чаще приезжали, мы гордимся тем, что мы живем в Республике Коми, и что мы здесь находимся, поэтому нам было важно подчеркнуть эту Коми-идентичность» (Сыктывкар, ж, сотрудник 1, пространство 6).

Причины отъезда из города обучения

(для планирующих уехать)

Сложно найти работу с достойной зарплатой	47,5%
Нет условий для самореализации	41,6%
Не нравится климат	29,2%
Нет условий для качественного досуга	26,8%
Хотят быть ближе к семье	17%
Нет возможности устроиться по специальности	15,6%
Плохая медицина	14,8%
Переезжают к партнеру в другой регион/страну	13,9%
Хотят быть ближе к друзьям	13,5%
Поступают учиться в другой регион/страну	13,1%
Нашли работу в другом регионе/стране	13%
Неблагоприятная экологическая ситуация	12,8%
Трудно заниматься бизнесом	12,3%
Сложно получить качественное образование	11,9%



Популярные регионы для переезда

- Санкт-Петербург – 15,2%
- Ленинградская область – 10,8%
- Москва – 8,5%
- Московская область – 5,2%
- Краснодарский край – 3,4%
- Мурманская область – 2,6%
- Республика Коми – 2,2% (возвратная миграция)
- Республика Коми – 2,2% (возвратная миграция)
- Архангельская область – 2,2% (возвратная миграция)

Популярные страны для переезда

- Канада – 11%
- Германия – 10%
- США – 10%
- Финляндия – 6,7%
- Республика Корея – 5,7%
- Норвегия – 3,9%
- Польша – 3,9%
- Чехия – 3,5%
- Туркмения – 3,2% (возвратная миграция)

КАРЬЕРНЫЕ ПЛАНЫ

44%

Планируют работать по найму

41%

Планируют заниматься своим делом

2%

Не планируют работать

Калининград

37,6%

Информационные технологии: 18%
Медицина: 10,1%
Образование: 8,5%
Финансы, банки, консалтинг: 7,5%
Транспорт, логистика: 5,8%
Промышленность и машиностроение: 4,8%

Сыктывкар

49,9%

Медицина: 24,1%
Образование: 22,6%
Органы власти и управления: 7,3%
Информационные технологии: 7,3%
Финансы, банки, консалтинг: 3,6%

Архангельск

40,8%

Образование: 21,8%
Энергетика: 10,3%
Органы власти и управления: 8,3%
Строительство: 4,9%
Промышленность и машиностроение: 4,4%
Искусство и культура: 4,4%

Псков

40,8%

Образование: 18%
Медицина: 11%
Органы власти и управления: 7,5%
Юриспруденция: 6%
Финансы, банки, консалтинг: 4,5%

Петрозаводск

51,4%

Медицина: 23,3%
Образование: 17%
Энергетика: 7,5%
Строительство: 6,3%
Информационные технологии: 4,7%
Наука: 4,7%

Предпочтения по сферам работы в найме



Калининград

48,2%

Строительство: 12%
Общепит, рестораны, бары: 9,5%
Образование: 9,1%
Информационные технологии: 7,9%
Сфера красоты: 5%
Интернет-коммерция: 4,6%

Сыктывкар

35,6%

Сфера красоты: 11,3%
Образование: 10,7%
Искусство и культура: 8,5%
Медицина: 7,9%
Общепит, бары, рестораны: 5,1%

Архангельск

42,4%

Образование: 12,7%
Искусство и культура: 9,4%
Архитектура, дизайн: 7,6%
Строительство: 7,1%
Сфера красоты: 6,1%
Реклама, PR, маркетинг, SMM: 5,2%

Псков

40,2%

Образование: 8,1%
Медицина: 6,6%
Сфера красоты: 6,6%
Искусство и культура: 6%
Общепит, рестораны, бары: 5,6%
Юриспруденция: 5%

Петрозаводск

37,2%

Медицина: 11,5%
Образование: 8,7%
Интернет-коммерция: 6,6%
Строительство: 4,9%
Сфера красоты: 4,9%
Торговля: 4,4%
Туризм: 4,4%

Предпочтения по сферам открытия бизнеса



В поисках идеального сочетания материальной и нематериальной (интерес, комфорт, полезность) составляющих молодые люди ищут «свое дело», проявляя при этом готовность к профессиональным изменениям.

«... у меня есть желание попробовать себя в другом месте и попробовать себя с нуля, может быть, в другом абсолютно направлении. Возможно, это будет связано именно с получением нового образования...» (Сыктывкар, 33, ж, 2022).

ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕЛИ

Найти работу по душе	49,6%
Быть здоровым	47,3%
Побывать в разных местах	46%
Создать семью/ партнерский союз	43,7%
Развиваться и самообразовываться	42,8%
Достичь материального достатка	42,1%
Найти себя, быть собой	37,4%
Быть независимым человеком	33%
Сделать успешную карьеру	27,6%
Родить и воспитать ребенка/детей	24,1%
Найти хорошо оплачиваемую работу	24%
Стать полезным для общества	19%
Проводить свободное время в удовольствие	18,7%
Стать известным и влиятельным	5,3%

Ядро жизненных стратегий и целей молодежи, настроенной на переезд и планирующей остаться, схожи: работа по душе, самореализация, здоровье, обладание независимостью и свободой. Анализ данных по годам также показал, что жизненные цели молодых людей оказываются более устойчивыми и менее подверженными структурным изменениям, связанным со временем перемен и глобальных трансформаций.



ВОЗМОЖНОСТИ И БАРЬЕРЫ В РЕГИОНАХ: ЭКСПЕРТЫ

Архангельск и Калининград

- Успешные практики: развитие эко-инициатив, волонтерства, туризма, социальные лифты, сети «третьих» мест
- Точки роста: упрощение «логистики» предоставления грантов, расширение каналов привлечения молодежи на рынок труда

«И здесь мы тоже хотим это [экологический кластер] развивать, искать новых партнеров, с ними объединяться для того, чтобы вот внедрять вот этот вот термин «разумное потребление». Также, не побоюсь этого слова, мы хотим стать первым экологическим хабом региона, где мы сможем также предоставить площадку и где будут вестись беседы и диалоги, связанные с экологией» (Калининград, м, эксперт, госструктура).

Мурманск и Сыктывкар

- Успешные практики: финансовое стимулирование, программы трудоустройства, развитие туризма и локальных брендов регионов
- Точки роста: развитие сетей «третьих» мест, улучшение программ поддержки молодежного предпринимательства, развитие жилищных программ поддержки молодежи

Псков и Петрозаводск

- Успешные практики: развитие туризма, высокий уровень грантовой культуры, серьезная роль университета в привлечении молодежи в регионы
- Точки роста: создание программ поддержки молодых фермеров, создание креативных кластеров, организация университетских обменов

«Даже если декларируют, что это программа есть, она действует - она не работает... <...> Поэтому здесь надо просто сейчас дорабатывать механизм целевого финансирования, действительно решать вопрос с предоставлением жилья, чтобы в каждом муниципалитете был запас муниципального жилья для специалиста» (Псков, ж., эксперт, госструктура).

КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА

Точки
притяжения
молодежи

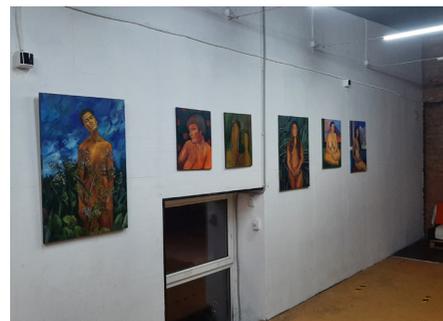
«Третьи»
места

Часть
городского
бренда

Креативные пространства могут совмещать в себе зону свободного общения, лекционный зал, коворкинг, место для выставок, кафе, площадку для концертов, книжный магазин и др.

- Влияют на развитие культурной и социальной жизни молодых людей
- Создают возможности для реализации творческих амбиций и планов
- Удовлетворяют потребности в самореализации
- Создают новые рабочие места
- Являются привлекательным и престижным местом работы для творческой молодежи
- Способствуют формированию локальной идентичности, «чувства места» и привязанности к родному городу
- Способствуют преодолению чувства «провинциальности»

«... мне кажется, что миссия [название пространства], она заключается в том, чтобы сделать Сыктывкар более притягательным, чтобы люди отсюда не уезжали, знали, что здесь есть тоже хорошее место, интересное место. Чтобы заинтересовать людей быть активнее, быть смелее, больше говорить, больше общаться между собой, не терять связь со своими близкими, со своими родственниками, чтобы как бы была возможность куда-то прийти и поговорить. Вот. И что для этого необязательно уезжать в другой город, искать большое какое-то место крутое, а оно есть у тебя в городе» (Сыктывкар, ж, сотрудник 1, пространство 6).



СОЦИАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПО ИНТЕГРАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ В РОССИЙСКИЕ РЕГИОНЫ

Для СЗФО оптимальным способом достижения молодежного благополучия является работа в рамках ниш агентности - приоритетных вопросов, для решения которых создаются партнерские сети из заинтересованных сторон.



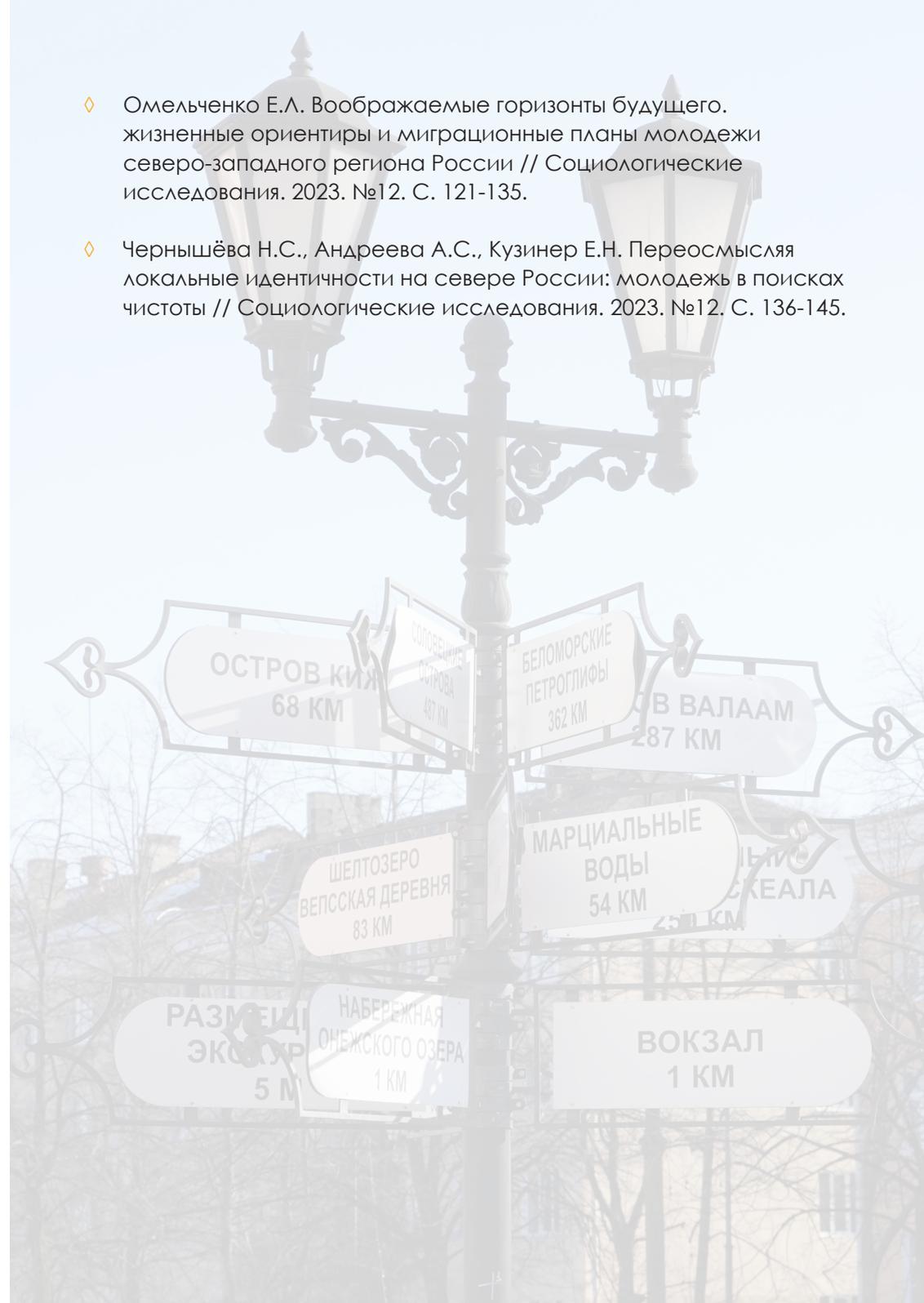
Векторы



ПОДРОБНЕЕ О РЕЗУЛЬТАТАХ ПРОЕКТА

Статьи

- ◇ Николаев М. А., Махотаева М. Ю. Факторы устойчивого развития неурбанизированных территорий // *т-Economy*. 2021. Т. 14. № 6. С. 53-66.
- ◇ Поляков С.И. Стили жизни калининградской молодежи // *Балтийский регион*. 2022. Т. 14. № 3. С. 129-144.
- ◇ Махотаева М.Ю., Бакуменко О.А. Факторы выбора карьерной траектории иностранными выпускниками региональных университетов (на примере Северо-Западного федерального округа) // *Высшее образование в России*. 2022. № 11. С. 90-105.
- ◇ Чернышёва Н.С., Чжан Ю. Молодежная миграция в России: обзор дискуссий // *Социологические исследования*. №11. 2022. С. 135-143.
- ◇ Николаев М.А., Махотаева М.Ю. Комплексная оценка устойчивости региональных систем // *т-Economy*. 2022. Т. 15. № 3. С. 51-63.
- ◇ Махотаева М. Ю., Николаев М. А. Миграция специалистов с высшим образованием в России: оценка факторов и моделирование процессов // *Journal of Applied Economic Research*. 2023. Т. 22. № 1. С. 120-141.
- ◇ Кузинер Е.Н., Петрунина Д.С. Креативные пространства как третьи места в регионах России // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2022. № 6 (172). С. 333-355.
- ◇ Омельченко Е.Л., Омельченко Д.А. В поисках дома. Региональная идентичность молодых калининградцев: жизненные стратегии и миграционные намерения // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2022. № 6 (172). С. 309-332.
- ◇ Омельченко Е.Л. Воображаемые горизонты будущего. жизненные ориентиры и миграционные планы молодежи северо-западного региона России // *Социологические исследования*. 2023. №12. С. 121-135.
- ◇ Чернышёва Н.С., Андреева А.С., Кузинер Е.Н. Переосмысляя локальные идентичности на севере России: молодежь в поисках чистоты // *Социологические исследования*. 2023. №12. С. 136-145.



ПОДРОБНЕЕ О РЕЗУЛЬТАТАХ ПРОЕКТА

Фильмы: трилогия «Северолето»

«Северолето С». Фильм расскажет о молодых людях, занимающихся исторической реконструкцией. Созданный ими парк-музей «Бастион» и проводимый на его территории фестиваль реконструкторов позволяют всем желающим погрузиться в средневековый быт.

«Северолето П». Это история о преобразовании молодежи городских пространств. Ее основой стал фестиваль на территории завода в Петрозаводске: герои фильма переделали несколько цехов под музейную площадку, организовали мастер-классы, выставки, выступления музыкальных коллективов.

«Северолето А». Здесь мы сфокусировались на проекте «Ровдина Гора». Организаторы занимаются восстановлением трехвековой мельницы, экскурсиями по местности, развитием музея лодок и возрождением традиционных ремесел.



КОНТАКТЫ ЦМИ

Санкт-Петербург, ул. Седова, д. 55, корп. 2
youth.hse.spb@gmail.com

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ О ПРОЕКТАХ ЦМИ:

<https://spb.hse.ru/soc/youth/>
<https://vk.com/youthresearch>



Дизайн и верстка буклета: Ксения Алексанина